

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan kepemilikan manajemen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini dilakukan dengan menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel independen terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen dipengaruhi oleh profitabilitas sebagai variabel mediator dan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderator.

Sampel penelitian ini adalah laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2011-2013. Sampel dipilih sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dan diperoleh 94 perusahaan. Menggunakan SPSS versi 20 dengan metode *path analysis* dan analisis regresi linear berganda dengan level signifikansi yang ditentukan 5%.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) profitabilitas memediasi hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. (2) kepemilikan manajemen tidak terbukti memoderasi hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : **pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, kepemilikan manajerial, nilai perusahaan.**

ABSTRACT

The main objective of this research is to examine the effect of corporate social responsibility disclosure, profitability, and managerial ownership on firm value of manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX). This research was conducted by examining the effect of corporate social responsibility disclosure as independent variable on the firm value as the dependent variable through profitability as a mediating variable and management ownership as a moderating variable

Samples were taken from the financial statements and annual report companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2011-2013. The sample was selected using purposive sampling method and acquired 94 companies. Using SPSS version 20 with the method of path analysis and multiple regression analysis with a significance level of 5% specified.

The results of this study show that (1) profitability mediates the effect of corporate social responsibility on firm value. (2) managerial ownership does not moderate the effect of corporate social responsibility on firm value.

Keywords : *corporate social responsibility disclosure, profitability, managerial ownership, firm value.*